

## Web 2.0: Repassando a breve história da “nova galáxia midiática”

Dilnéia Rochana Tavares do Couto

**RESUMO:** A comunicação social e, em especial, o jornalismo passam por um processo de transformação tanto de suas características internas como de seus âmbitos e personagens de atuação. A comunicação em rede vem oferecendo grandes e importantes desafios à comunicação social midiática tradicional. Se, por uma parte, a estrutura da comunicação precisou ser repensada e redimensionada no que tange aos interesses cidadãos que nascem e ganham voz na comunicação em rede, por outra parte, o jornalismo tradicional tampouco ficou à margem destas reivindicações, impondo-lhe o desafio de reinventar-se na era da informação e comunicação em rede. Tais demandas nascem especialmente de um novo papel que o cidadão assume no novo entorno político que se construiu na “Rede”, uma mobilização social que identifica uma grande pluralidade de novas formas de fazer e entender as funções que cabem ao jornalismo na “galáxia midiática”. Considerando este panorama, este artigo pretende apresentar uma análise sob a forma de diagnóstico desta realidade que mudou a *práxis* comunicativa no novo entorno midiático.

**Palavras-chave:** Nova Galáxia Midiática; Jornalismo Digital; Jornalismo Participativo; Jornalismo Cívico; Jornalismo Cidadão.

### Web 2.0: reviewing the brief history of the "new media galaxy"

**ABSTRACT:** The media and, in particular, journalism are undergoing a process of transforming both their internal characteristics and their fields and personalities. Networking has offered major and important challenges to traditional media. If, by one side, the structure of communication needed to be rethought and scaled up in what is tantamount to the citizen interests that are born and gaining voice in networking, on the other hand, traditional journalism underwent the margin of these demands, imposing the challenge of reinventing itself in the age of information and communication in networks. These demands are born especially from a new role that the citizen assumes in the new political backyard that has built up in the «Network», a social mobilization that identifies a great plurality of new ways of doing and understanding the functions that fit journalism in the «media galaxy.» Considering this panorama, this article is intended to present an analysis in the form of a diagnosis of this reality that has changed communicative metaxis in the new media surroundings.

**Keywords:** New Media Galaxy; Digital Journalism; Participative Journalism; Civic Journalism; Citizen Journalism.

## 1 INTRODUÇÃO

O termo “sociedade da informação” foi originalmente introduzido por Umesao no Japão em 1962. Este mesmo conceito foi popularizado posteriormente por Daniel Bell em 1973, quem na época utiliza como sinônimo de “pós-industrial”. Para os estu-

diosos da época esta nova sociedade suporia o fim das classes sociais e o advento do “tecnocrata”, termo este utilizado como variação de “burguesia aristocrata” da era industrial. No entanto, a acepção atualizada do conceito sociedade da informação faz referência a uma sociedade com indiscriminado e facilitado acesso a Internet (HANA-

DA, 2002, p. 137-138).

Desde então surgiram numerosos estudos que buscam compreender esta nova forma de conceber o processo comunicativo e informativo. Entre eles, neste estudo destacam-se quatro, que são: primeiro, a ideia de uma “aldeia global” proposta por Marshall McLuhan (1962); segundo, a proposta de uma sociedade formada a partir de uma “inteligência coletiva” de Pierre Levy (1997); terceiro, a concepção de “sociedade rede”, proposta por Manuel Castells (2000); e quarto, a concepção de uma “nova galáxia midiática” cunhada por John Kene (2009). Todas elas coincidem de uma forma ou de outra, em entender que a nova ordem global da comunicação e informação vem formando um inovador modo de conceber o processo comunicativo e informativo em nível global.

Uma “nova galáxia mediática” que está ancorada na abundância informativa e comunicativa que prospera nas sociedades atuais e nasce com a revolução dos mecanismos de informação e comunicação que foram sendo desenvolvidos em face ao desenvolvimento das TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação). Neste sentido, tais mecanismos favorecem uma ampla participação cidadã nos processos interativos de “monitoramento” do poder, o qual supõe o potencial ativo da cidadania na comunicação midiática (FEENSTRA, 2012, p. 62-72). Isto é, a revolução comunicativa supõe hoje a instalação de uma era de abundância informativa e comunicativa e a consequente “nova galáxia mediática”, que se sustenta neste espectro plural de meios de comunicação e informação.

Sob esta insígnia, o estado atual da comunicação midiática apresenta diferentes possibilidades em escala mundial: a “rede” é

o meio, Internet o suporte. Nela, os dispositivos de acesso são variados: telefones móveis; computadores – portáteis ou de mesa –; os diferentes dispositivos eletrônicos tais como o *tablet*, etc. Também, os meios variam de acordo com o tipo de interação pretendida: as páginas web, os blogs, as redes sociais, as bases de dados online, os aplicativos, etc. Ainda assim, por tratar-se de um modelo de comunicação ancorado na multidirecionalidade dos conteúdos, suas principais características são: a hipertextualidade que é um “modelo de construção narrativa caracterizado pela distribuição da informação em unidades discretas e sua articulação mediante ordens de programação (*links*)” e, o modelo multimídia, que consiste na possibilidade de “integração de todos os formatos de informação (texto, áudio, vídeo, gráficos, animações) em um mesmo suporte” (FEENSTRA, 2012, p. 92-115; ORIHUELA, 2002, p. 1-4).

O desenvolvimento deste modelo de comunicação, remonta ao surgimento da *Web 2.0* – termo cunhado por Dale Dougherty e posteriormente definido por Tim O’Reilly. A ideia de *Web 2.0* está relacionada com as diversas possibilidades de interação que oferece a *World Wide Web* (WWW), as quais surgem posteriormente a tecnologia HTML (Linguagem de Marcação de Hipertexto) que marcou a *Web 1.0*. Os blogs, as *Wikis* e as redes sociais de interação são exemplos de meios 2.0. Ditos meios se caracterizam, no sentido estrutural, por ser fácil de manejar e por possibilitar o uso por parte de todos, sejam ou não especializados nas tecnologias informáticas.

A *Web 2.0* ou *Web Participativa* – são usadas ambas as nomenclaturas – está definida de diversas formas, algumas mais dirigidas aos aspectos estruturais tecnológicos

(OCDE, 2007), outras relacionadas a seu potencial comunicativo plural (JENKINS, 2009; PRIMO; TRASEL, 2006; PÉREZ, 2006). Neste sentido, assumindo que neste estudo importa-nos entendê-las como um aspecto chave das relativas novas formas de comunicação midiática, pode-se definir a *Web 2.0* ou *Web Participativa* como:

[...] interação – participativa que se desenvolve a margem da tecnologia. Na Web 2.0 o importante é que as pessoas e as aplicações interajam entre elas, que realmente informem, opiniões, conteúdos, aplicações [...]. Tudo através de tecnologias que se mesclam de forma transparente para o usuário (PÉREZ, 2006, p. 68).

Conforme a citação, a Web 2.0 é a expressão de uma forma de entender os processos comunicativos entre usuários de meios de comunicação, ampliando as possibilidades de acesso mútuo e favorecendo os processos dialógicos. Ademais, se caracteriza por ser participativa e interativa e, por isso é uma apropriada plataforma para promover informação e comunicação a curta, média e longa distância.

Com isso, a ascensão da *Web 2.0* vem propondo grandes desafios ao jornalismo tradicional, o primeiro deles é a participação, pois potencializa o surgimento de:

[...] cidadãos que se preocupam pela informação, participam de seu entorno e socialização de sua visão sobre os fatos que lhes rodeiam, sobre tudo a realidade mais próxima, graças aos instrumentos da informação digital. O novo paradigma institui que de leitores com atitude passiva passamos a considerá-los agentes ativos que, como podem, reagem ante a infor-

mação que lhes chega (QUINTAS, 2009, p. 165).

Há um entorno digital que surgiu permitindo o acesso e participação ativa da cidadania nas práticas informativas que em outros tempos eram exclusivas dos meios de comunicação de massa. A “Rede” proporciona a participação, compilação de dados, contraste de informação, acesso irrestrito – ou quase irrestrito – a milhares de fontes variadas e alternativas às fontes informativas tradicionais. A interação via “Rede” oferece um amplo leque de possibilidades de atuação jamais visto, o qual permite contato mais direto e efetivo com as fontes antes inacessíveis a cidadania. Com acessar o perfil de um personagem político nas redes sociais, por exemplo, podem-se obter informações antes somente acessíveis através do prévio contato privilegiado que tinham os jornalistas mais influentes com estas fontes.

As novas plataformas comunicativas diminuem as distâncias antes comuns entre atores políticos, empresas comunicativas e cidadania. Com isso, os novos processos de interação vêm supondo o redesenho das relações de poder, para entender esta dinâmica atual é necessário considerar:

[...] a interação entre os atores políticos, os atores sociais e as empresas de meios de comunicação tanto nos meios de comunicação de massas e nos meios de comunicação em rede, como na interconexão entre os diferentes meios que estão sendo articulados rapidamente em um sistema midiático reconfigurado (CASTELLS, 2008, p. 19).

Isto é, os processos de interação entre os diferentes atores sociais se reconfiguraram,

as formas de interação dentro e fora da rede ganham uma grande variedade de aplicações. Todas elas diminuindo as distâncias entre os atores políticos, o que potencializa aquilo que John Keane (1998) define como “monitoramento do poder” ocasionando redefinição dos processos de produção de conteúdos nas agendas midiática e política. Tais processos nos permitem partir para o segundo momento desta análise que pretende identificar os novos métodos desenvolvidos pelos meios de comunicação tradicional para responder as necessidades de uma identidade comunicacional transformada.

## 2 CIBERJORNALISMO E JORNALISMO PARTICIPATIVO

No entorno da *Web 2.0* surgem novas tendências jornalísticas, quais sejam: o “Ciberjornalismo” ou “Jornalismo digital” e, também, o Jornalismo Participativo. O *ciberjornalismo* ou *jornalismo digital* se define pela “disponibilização da informação jornalística em um ambiente virtual, o ciberespaço, e organizada de uma forma hipertextual com um potencial multimidiático e interativo” (OLIVEIRA, 2006, p. 188). Assim sendo, a remodelagem da atividade jornalística surge de um fator preponderante, a formação do ambiente virtual.

No entanto, os “cibermeios” vêm mostrando dificuldades em acompanhar os novos tempos, tendo em vista que os suportes que passam a ser propostos proporcionam “baixos índices de hipertextualidade, multimidialidade e interatividade.” (GARCÍA; LÓPEZ, 2007, p. 17). A atividade jornalística profissional e empresarial ainda não está totalmente integrada com este moderno suporte de comunicação chamado Internet,

demonstrando uma forte debilidade em oferecer locomoção, inovação e aplicação das novas ferramentas de comunicação para ‘transmitir’ as mensagens jornalísticas.

A superação do modelo sequencial de informação é um desafio ao jornalismo tradicional no séc. XXI, no ambiente virtual o modelo da “pirâmide invertida” vem perdendo espaço. A interação rompe com as relações espaço-temporais que antigamente eram entendidas como referencial para o processo de construção da mensagem (GARCÍA; LÓPEZ, 2007, p. 18).

Por sua vez, o *webjornalismo participativo* tem o papel de cobrir o espaço deixado pelos meios tradicionais, assumindo diferentes elementos típicos do jornalismo, tais como: a produção de notícias; novos espaços de informação; comunicação e debate; e, também, a possibilidade de que os agentes sociais participem da construção das notícias veiculadas pelos meios. (PRIMO; TRAZEL, 2006, p. 8).

O *Webjornalismo Participativo* é a expressão social de uma busca cidadã por estar melhor ou mais informados, com isto, gerando novos fazeres jornalísticos, tais como: o jornalismo cívico que ainda que não tenha a especificidade de ser desenvolvido na rede, é nela que vem encontrando seu espaço de atuação mais ‘ativo’ e, também, o jornalismo cidadão.

## 3 O JORNALISMO CÍVICO E O JORNALISMO CIDADÃO: NOVAS AGENDAS INFORMATIVAS

Por uma parte, o jornalismo cívico ou jornalismo público nasce dos estudos realizados por acadêmicos estadunidenses que buscavam investigar sobre novas formas de relação entre o jornalismo profissional e

seus públicos. O ponto de partida desta proposta é:

[...] ter em conta o ponto de vista dos cidadãos para fazer a agenda informativa e oferecer elementos para que estes temas de iniciativa cidadã encontrem canais através dos quais conectar-se com a esfera pública a partir da informação e a convocação dos meios de deliberação (MIRALLES, 2002, p. 15).

Desse modo, o jornalismo cívico ou público nasce como iniciativa investigativa de tentar redefinir o rol de atuação da cidadania, possibilitando o aumento da participação social na construção das agendas informativas dos grandes meios de comunicação. Com isso, proporcionando a atuação efetiva da opinião pública oferecendo novas pautas informativas para os meios de comunicação.

Por isso, o *jornalismo cívico* pode ser definido, em linhas gerais, como um projeto que visa o “tratamento da informação baseado na cumplicidade e corresponsabilidade dos meios com os problemas de uma coletividade concreta” (AYERDI, 2005, p. 6). Em outras palavras, o jornalismo cívico tem a meta de agir em ‘coparticipação’ no processo de produção das notícias, isto é, não funcionam alheios aos meios de comunicação, senão que sua reivindicação se sustenta basicamente por definir um rol mais ativo para a cidadania no processo de formulação das notícias nos meios tradicionais.

Por outra parte, o *jornalismo cidadão* – assim denominado por Dan Gillmor (2005) – assume outra perspectiva, mais transgressora que a reivindicada pelo jornalismo cívico. Ele pode ser definido como “aquele que torna possível a participação ativa dos ato-

res sociais que intervêm em todo o processo da informação de interesse público.” Uma prática que se caracteriza por “formar opinião pública mediante a criação de públicos deliberantes e promover a participação cidadã” (AYERDI, 2005, p. 9).

O *jornalismo cidadão* nasce na Internet, suas práticas se caracterizam por estarem presentes nas plataformas *online*, realizando suas atividades a partir de meios interativos de produção, divulgação e intercâmbio de informação (GOODE, 2009, p. 1288-1289). Entre os meios em que atuam os jornalistas cidadãos estão: os blogs, os fóruns de debate, as redes sociais e as páginas *web* especializadas nessas práticas, entre muitas outras ferramentas usadas pelos cidadãos fazem jornalismo na “Rede”.

Diante disso, não parece ser que os atores do novo jornalismo tenham a pretensão de oficializar-se como profissionais do jornalismo, nem tampouco diminuir a importância da profissão de jornalista (GILLMOR, 2005, p. 67). A prática do jornalismo cidadão está atrelada a concepção de uma nova modalidade de jornalismo que não é igual a do jornalismo tradicional. No entanto, o que evidencia evidente é que destas novas formas de fazer jornalismo emergem novas demandas ao jornalismo tradicional.

O exercício de novas formas de cidadania passa pela compreensão de que

[...] as tecnologias não são neutras, pois, mais do que nunca elas constituem hoje limites de condensação e interação de mediações sociais, conflitos simbólicos e interesses econômicos e políticos. No entanto, é por este mesmo motivo que elas fazem parte das novas condições de entrelaçamento entre o social e o político, da formação e o exercício de novas for-



mas de cidadania (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 109).

Conforme a citação, as novas tecnologias estão inseridas na base dos conflitos sociais, os interesses das sociedades ricas e pobres, as demandas políticas de diversas esferas, enfim das exigências plurais que constituem o mundo globalmente interconectado via Internet. Tais exigências ganham a luz pública nos novos entornos midiáticos, desde as diversas formas de atuação cidadã nos novos meios.

#### **4 CONTRIBUIÇÕES AO DIAGNÓSTICO: GRUPOS E DEMANDAS SÓCIO-POLÍTICAS NA “NOVA GALÁXIA MIDIÁTICA”**

Ante o novo entorno mídiático próprio de uma “nova galáxia mídiática” e forjado na *Web 2.0* entende-se como relevante mapear os grupos sociais que o compõem, este exercício permitirá que sejam identificadas as composições sociais dos entornos comunicativos, os tipos de grupos, as qualidades de demandas que emergem neste novo entorno sócio-comunicativo. Trata-se de construir as bases prospectivas que permitirão fomentar projetos com vistas a resultados efetivos na resolução de demandas sócio-comunicativas.

Considerando o estudo analítico até aqui proposto entende-se que um primeiro passo é distinguir grupos quanto à qualidade das demandas de carácter político que mobilizam nos e com os meios de comunicação e contextos informativos/ comunicativos contemporâneos:

I) O primeiro grupo está relacionado às demandas que emergem dos meios de comunicação alternativos destinadas aos grandes conglomerados comunicativos em-

presariais, são originárias dos meios que se constituem sob a insígnia de meio alternativo de informação. Ex: “Cuartopoder”<sup>1</sup>.

II) O segundo grupo composto por aqueles meios especializados e dedicados ao controle e a geração de demandas às grandes redes de poder empresarial, em geral, tais meios tem atuação para além da rede, ainda que esta funcione como vitrine de publicidade e alimentar sua ‘autoridade’ em temas de interesse político específico. Ex: “Greenpeace International”<sup>2</sup>.

III) O terceiro grupo formado pelos meios dedicados ao monitoramento do poder político e midiático. Estes meios são meios que existem e funcionam na Rede, em virtude dos baixos custos de manutenção, das facilidades de acesso e a ampla exposição pública que oferece Internet, podem transformar-se em plataformas de ação política de grande impacto. Ex: Mídia Ninja<sup>3</sup>.

Neste segundo momento, propõe-se uma classificação que considera o alcance da atuação e o carácter jornalístico promovido, isto é, o entorno de influencia política ao qual estão vinculados, são eles:

I) Os microgrupos que se aglutinam em torno às demandas que emanam dos “microgrupos” sociais conformados em torno as necessidades concretas de uma cultura ou espaço geográfico em particular. Isto é, nascem nas pequenas associações de vizinhos, as organizações culturais ou pequenas cidades. Neles, ainda que haja limitações em termos de atuação e interação com outros poderes, representam as bases legítimas de formação da identidade dos sujeitos. Em termos de microgrupos consideram-se os blogs, grupos de redes sociais,

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.cuartopoder.es/>.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.greenpeace.org/>.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://midianinja.org/>.

etc. com finalidade específica de ser um espaço diferenciado de publicação de informação de interesse local. Isto é, ‘ciberdiários’ feitos pelos internautas que se dedicam a informação local.

II) Os mesogrupos que representam as exigências de um Estado-nação politicamente organizado, caracterizam-se pela defesa pública das demandas que emergem dessas ordens estruturalmente organizadas e, por isso suas ‘pressões’ estão destinadas em geral aos âmbitos decisórios políticos de seus Estados. Por este motivo cumprem um importante papel na construção de um caráter cidadão ativo.

III) Os “macrogrupos” apoiados nos dois anteriores e identificados com as demandas de outros organismos de mesmo porte, forjados nas macroestruturas de interação do mundo global, são responsáveis pela definição de agendas de pressão social que ultrapassam as organizações geopoliticamente estruturadas, suas demandas são de interesse global. Em geral, têm como protagonista a “Rede” como ferramenta que possibilita a interação com os macropoderes globais, ainda que por vezes protagonizem mobilizações espacialmente localizadas - é a localização forjada na deslocalização própria dos meios virtuais.

Tampouco poderiam deixar-se de lado aqueles agentes individuais que igualmente participam colaborando com a fomentação de interesses pelos temas políticos de interesses público cidadão. Trata-se dos jornais cidadãos que têm seu rol ‘ativista’ principalmente centrado em: redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, etc.); blogs privados; páginas próprias do *Youtube*, etc..

Pese a tudo que foi aqui exposto é necessária precaução no que diz respeito ao excessivo otimismo relativo à abertura a

participação suposta pelas novas ferramentas da Internet. Não podem se passar por alto as críticas que se fazem a este novo modelo que, a meu juízo, necessitam assumir a responsabilidade técnica e ética oriunda das demandas que também que se levantam em face à ascensão da *Web 2.0*. Sobre isto é importante ressaltar que a “individualização favorecida pela Internet pode submergir-nos em «nichos digitais» ou em infinidades de borbulhas midiáticas, convertendo-nos em células afastadas de um grande tecido informacional” (GOZÁLVEZ, 2011, p. 132).

Em outras palavras, as ferramentas informativas que surgem com o advento da *Web 2.0* favorecem, também, a retroalimentação de modelos de participação limitados a temáticas informativas previamente definidas e, por assim dizer, captadoras de adeptos da fomentação de um discurso unívoco. Isto tende a limitar o espectro de participação dos agentes aos espaços de interação em que circulam somente concepções acordes a seus modelos de valores previamente aceitos. Com isso, transformando a comunicação entre iguais em processos de cacofonia que em nada favorecem a deliberação que emana do debate de ideias opostas e que é o seio da democracia.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento de novas formas de comunicação que supôs a Internet vem gerando uma estrutura midiática pluralizada, esta é a “nova galáxia midiática”. Tal entorno se torna possível devido às novas formas de participação e interação que são geradas na “Rede”, que é o marco formador da *Web 2.0*. Pese a isso, observa-se que o uso das

ferramentas proporcionadas pelo suporte Internet está ainda em vias de adaptação mostrando-se pouco desenvolvidas nos meios tradicionais de comunicação.

Ante a consciência da lacuna de participação e interação gerada pelos meios de comunicações tradicionais emerge um novo modelo de jornalismo que prospera tanto na rede, como das interações resultantes da rede. Este jornalismo sem jornalistas aponta em direção a um novo panorama que impacta tanto no fazer jornalístico, como nos entornos legítimos de sua afetação social, tal como é o caso da política. Com isso, dois aspectos precisam ser levantados: o primeiro deles é que o ativismo cidadão na Web 2.0 pretende-se facilitador da transformação vigente no espaço sócio-político, considerando que a participação ativa favorece o fortalecimento de comunidades de sentidos que funcionem como agentes do escrutínio público dos grupos que detêm o poder; o segundo deles está diretamente relacionado a esta concepção de estrutura moral interna das comunidades de sentido, pois, o fato de que haja ferramentas capazes de fortalecer seus campos de existência não é elemento o bastante consistente para afirmar que sua atuação será em pró dos interesses públicos de informação. Ante esta diáspora colocada é necessário cautela ao afirmar com excessivo otimismo os bens sociais que prosperam da/na Internet, pois a ampliação das condições participativas e interativas pode funcionar inclusive para o fortalecimento do *status* vigente dos meios de comunicação tradicionais e seus agentes diretos e indiretos.

## REFERÊNCIAS

- AYERDI, Koldo Meso. Periodismo Ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. **Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI**, Quito (Ecuador). Centro Nacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Jun. nº 90, p. 4-15, 2005.
- CASTELLS, Manuel. Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II). Los nuevos espacios de la comunicación. **Revista Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación**. nº 75, p. 13-24, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **La era de la Información. La Sociedad Red**. Vol. 1, Madrid: Alianza, 2000.
- FEENSTRA, Ramón. **Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. Basado en la propuesta de John Keane**. Barcelona: Icaria, 2012.
- GARCÍA, Xosé; LÓPEZ, Marita. **Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano**. La Coruña: Netbiblo, 2007.
- GILLMOR, Dan. **We the Media. Glassroots Journalism by the People, for the People**. California: O'Reilly Media, 2005.
- GOZÁLVEZ, Vicent. Educación para la ciudadanía democrática en la cultura digital. **Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación**. V. XVIII, nº 36, p. 131-138, 2011.
- GOODE, Luke. Social News, citizen journalism and democracy. **New Media & Society**. V. 11, p. 1287-1305, 2009.
- JENKINS, Henry. **Confronting the challenge of participatory culture. Media Education for the 21st Century**. Londres: MIT Press, 2009.
- KEANE, John. **The Life and Death of Democracy**. Londres: Simon & Schuster, 2009.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura. La Cultura de la sociedad digital**. Barcelona: Anthropos Editorial, 2007.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Transformaciones



comunicativas y tecnológicas del lo público.

**Galáxia. Artigos análises e extensões.** Revista do Pós-Graduação em Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. nº 2, p. 101-111, 2001.

MCLUHAN, Marshall. **La aldea global.** Barcelona: Gedisa, 1990.

MIRALLES, Ana María. **Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana.** Bogotá: Norma, 2002.

OLIVEIRA, Felipe Pena de. **Teoría del Periodismo.** Sevilla: Comunicación Social, 2006.

PÉREZ, Miguel Subias. Internet 2.0 **Pixel-Bit. Revista de medios y educación.** nº 158, p. 68-71, 2006.

ORIHUELA, José Luis. Internet: nuevos paradigmas de la comunicación. **Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI,** Quito (Ecuador). Centro Nacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Marzo. nº 77, p. 1-5, 2002.

PRIMO, Alex Fernando; TRASËL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Biblioteca Digital do Laboratório de Interação Mediada por Computador.** 2006. Disponível em: <<http://comunicaufma.webs.com/BibliotecaDigital/webjornalismo%20participativo.pdf>>. Acesso 5 de janeiro de 2012.

QUINTAS, Susana. El periodismo ciudadano y el valor de la participación. In: ESTUDIOS DE PERIODÍSTICA XIV. COMUNICACIONES Y PONENCIAS DEL X DEL X CONGRESO DE LA SOCIEDADE ESPAÑOLA DE PERIODÍSTICA (SEP). Salamanca. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca (España) , p. 163-170, 2009.